



EXPLORING THE DIFFUSION OF PATIENT INNOVATIONS: A MULTIPLE-CASE STUDY

Master's thesis submitted to

Professor Cláudia Costa

Católica-Lisbon School of Business & Economics

By

Jan-Philipp Dreier

International MSc in Management Candidate 2016

Major in Entrepreneurship and Innovation

Email: janphilipp.dreier@gmail.com

Phone: +49 (0) 176 668 433 43

Dissertation supervised by

Cláudia Costa, supervisor

Leid Zejnilović, co-supervisor

Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree
International Master of Science in Management, at the Universidade Católica
Portuguesa, August 12, 2016.

Abstract

A significant number of patients develop medical devices, treatments, or therapies for personal use. However, most of these *patient innovations* do not diffuse because the developers do not share them. This problem is known as a form of *market failure* and requires policy intervention. Yet, little is known about *why* and *when* patient innovators decide to diffuse their solutions. A better understanding of these mechanisms is essential to address the problem of market failure. Hence, this study aims to learn from cases of diffused solutions to derive propositions and practical recommendations about how to increase diffusion rates. Nine cases of diffused innovations have been collected. Information was gathered through semi-structured interviews and through additional information from online resources. The results suggest that the diffusion decision is preceded by an awareness of the solution's value to other patients. The subsequent diffusion is motivated by the variable of *life enrichment*: being aware of the solution's value to other patients, innovators find an opportunity to pursue a meaningful purpose or engage in a fulfilling task. Eventually, the diffusion is moderated by the access to complementary assets. Addressing the identified dimensions, digital health platforms, governments and medical professionals can contribute to an environment, which makes innovators become aware of their solutions' value and supports them in solution sharing.

Keywords: user innovation, health care, diffusion, patient innovation, multiple-case study

Resumo

Um número significativo de doentes desenvolve dispositivos médicos, tratamentos ou terapias para uso pessoal. Contudo, a maioria destas inovações não é difundida porque os inovadores não as partilham. Este problema é conhecido como uma forma de falha do mercado e requer uma política de intervenção. No entanto, existe pouca informação sobre a *razão* e a *altura* em que doentes inovadores decidem difundir as suas soluções. Uma melhor compreensão deste processo é essencial para resolver o problema da falha de mercado. Assim, este estudo tem o objetivo de aprender através de casos de soluções difundidas a definir teorias e recomendações práticas sobre como aumentar as taxas de difusão. Foram recolhidos nove casos de inovações difundidas. Foram recolhidas evidências através de entrevistas semiestruturadas e de informações adicionais disponíveis em recursos online. Os resultados sugerem que a decisão de difusão é precedida pela consciencialização do valor da solução para outros. A difusão subsequente é motivada pela variável de *realização pessoal*: cientes do valor das suas soluções para os outros doentes, os inovadores encontram uma motivação para alcançar um propósito significativo ou para se envolver numa tarefa gratificante. Eventualmente, a difusão é moderada pela disponibilidade de ativos complementares. A análise das dimensões identificadas permite que, através de plataformas digitais de saúde, os governos e os profissionais de saúde contribuam para um ambiente que torna os inovadores conscientes do valor das suas soluções e que os apoia na partilha das mesmas.

Palavras-chave: inovação de utilizador, saúde, difusão, inovação de doentes, estudos de casos múltiplos